

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Teori Terkait dengan Judul

1. Analisis Isi

a. Pengertian Analisis Isi

Analisis isi (*content analysis*) adalah penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa.¹ Pelopor analisis isi adalah Harold D. Lasswell, yang memelopori teknik *symbol coding*, yaitu mencatat lambang atau pesan secara sistematis, kemudian diberi interpretasi.

Selain itu, berikut beberapa definisi analisis isi menurut para ahli.

- 1) Analisis isi merupakan suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak.²
- 2) Analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dapat direplikasi (ditiru) dan shahih datanya dengan memerhatikan konteksnya.³
- 3) Analisis isi adalah sebuah metode penelitian dengan menggunakan seperangkat prosedur untuk membuat inferensi yang valid dari teks.⁴
- 4) Analisis isi adalah pengujian yang sistematis dan dapat direplikasi dari simbol-simbol komunikasi, dimana simbol ini diberikan nilai numerik berdasarkan pengukuran yang valid, dan analisis menggunakan metode statistik untuk menggambarkan isi komunikasi, menarik kesimpulan dan memberikan konteks, baik produksi ataupun konsumsi.⁵
- 5) Teknik sistematis untuk menganalisis suatu pesan atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang terpilih.⁶

Jadi dapat disimpulkan bahwa analisis isi adalah suatu metode penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi,

¹ Reyvan Maulid, Mengenal Analisis Konten dalam Analisis Data Kualitatif, <https://dqlab.id/mengenal-analisis-konten-dalam-analisis-data-kualitatif>, diakses pada tanggal 24 September 2024 2024, pukul 07:06

² Berelson & Kerlinger

³ Krippendorff

⁴ Weber

⁵ Riffe, Lacy dan Fico

⁶ Rahmat Kriyantono

menganalisis, dan memahami makna yang terkandung dalam berbagai bentuk komunikasi, baik yang tertulis, visual, maupun lisan. Metode ini juga bertujuan untuk menggali pesan-pesan eksplisit maupun implisit yang terdapat dalam teks atau media tertentu.

b. Jenis Analisis Isi

Sebagai metode, analisis isi dapat dibagi menjadi dua jenis yakni kuantitatif dan kualitatif.

1. Analisis Isi Kuantitatif

Prinsip analisis isi kuantitatif adalah prinsip objektivitas yang diukur dengan membuat atau menyusun klasifikasi. Metode yang digunakan dalam analisis isi harus sistematis dan unit analisis yang dipertimbangkan termasuk klasifikasi dan operasionalisasi tidak boleh tumpang tindih. Untuk mendapatkan perhitungan frekuensi pesan yang menarik harus mampu menghitung/mengukur pesan yang ditampilkan.⁷

2. Analisis Isi Kualitatif

Analisis isi kualitatif diartikan sebagai metode riset untuk interpretasi subjektif dari isi data melalui proses klasifikasi sistematis coding dan indentifikasi tema atau pola.⁸

Sebagai sebuah penelitian kualitatif, penelitian analisis konten harus memenuhi syarat, yaitu data penelitian berupa data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang bersifat tidak terstruktur sehingga tidak secara langsung dapat dikuantifikasikan atau diubah dalam bentuk numerik atau angka-angka. Contoh data kualitatif tersebut antara lain dokumen kurikulum, buku ajar, karya sastra, surat, dsb.⁹

Jadi, Secara umum analisis isi kuantitatif fokus pada apa dan berapa banyak, sedangkan analisis isi kualitatif lebih fokus pada mengapa dan bagaimana sesuatu dikomunikasikan. Keduanya sering digunakan bersamaan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif.

⁷ DosenPendidikan.Co.Id, Pengertian Analisi Isi, [Pengertian Analisis Isi \(dosenpendidikan.co.id\)](https://dosenpendidikan.co.id), diakses pada tanggal 26 September 2024 2024, pukul 09:09

⁸ Rahman Asri, "Membaca Film Sebagai Sebuah Teks: Analisis Isi Film "Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini (NKCTHI)""', *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, vol. 1 No. 2 (2020), 81

⁹ Darmiyati Zuchdi, Wiwiek Afifah. *Analisis Konten, Etnografi & Grounded Theory, dan Hermeneutika Dalam Penelitian*. (Jakarta Timur : Bumi Aksara, 2021) 4

2. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Ditinjau secara etimologis, komunikasi telah menjadi *portmanteau*¹⁰ atau istilah yang terbentuk dari dua kata. Komunikasi berarti “pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami”¹¹. Dalam bahasa Latin yakni “*comunicare*”, artinya “*to make common*” atau membuat kesamaan pengertian, kesamaan persepsi. Akar kata Latin lainnya “*communis*” atau “*communicatus*” atau “*common*” dalam bahasa Inggris yang berarti “sama”, kesamaan makna (*commonness*). Ada juga akar kata Latin “*communico*” yang artinya “membagi”. Dengan artian membagi gagasan, ide, atau pikiran.¹²

Secara terminologis (*ma'nawy*), *The Oxford English Dictionary* mengartikan komunikasi sebagai “*The imparting, conveying, or exchange of ideas, knowledge, information, etc*” atau diartikan sebagai pemberian, penyampaian, atau pertukaran ide, pengetahuan, informasi. Sedangkan beberapa pakar mendefinisikan komunikasi sebagai berikut.

- 1) Komunikasi yakni “*Who says what in which channel to whom and with what effects*”, yang artinya siapa, mengatakan apa, melalui saluran mana, kepada siapa, dan dengan pengaruh apa.¹³
- 2) Komunikasi yakni Koordinasi makna antara seseorang dengan khalayak.¹⁴
- 3) Komunikasi adalah Proses pengalihan ide dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.¹⁵
- 4) Komunikasi yakni bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja; tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi.¹⁶

¹⁰ Turner, *Pengantar Teori Komunikasi 1*. Penerjemah Maria Natalia Damayanti, (Jakarta: Salemba Humanika, 2008), 5

¹¹ Komunikasi, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/komunikasi>, diakses pada tanggal 14 Maret 2024, pukul 23:54

¹² Asep Syamsul M. Romli, *Komunikasi Dakwah, Pendekatan Praktis*, (Bandung: ASM. Romli, www.romeltea.com, 2013), 6

¹³ Harold Lasswell

¹⁴ Melvin L DeFleur

¹⁵ Everett M. Rogers

¹⁶ Shannon & Weaver

- 5) Komunikasi yakni pengalihan suatu pesan dari satu sumber kepada penerima agar dapat dipahami.¹⁷
- 6) Komunikasi yakni proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan untuk mengubah perilaku orang lain.¹⁸
- 7) Komunikasi adalah alat dimana warga masyarakat dapat berpartisipasi dalam demokrasi.¹⁹

Dari beberapa definisi tersebut, menunjukkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian informasi berupa pesan, ide, atau gagasan dari satu pihak kepada pihak lain atau bisa disimpulkan sebagai proses tukar menukar informasi baik antara individu, individu terhadap kelompok maupun sesama kelompok. Komunikasi memberikan kemudahan dalam menyampaikan sesuatu dari pemberi terhadap penerima sehingga pesan yang dimaksud bisa tersampaikan dengan baik.

Penyampaian pesan atau komunikasi dengan baik juga telah dijelaskan dalam Al-Qur'an pada surah An-Nisa' ayat 9:

وَلْيَحْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ
وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ۙ ٩

Artinya: “Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.”²⁰

b. Unsur-unsur Komunikasi

Untuk mencapai proses komunikasi yang efektif, wajib terdapat minimal enam unsur di dalamnya.²¹

1) Sumber

Sumber adalah dasar pada proses penyampaian komunikasi. Sumber meliputi orang, lembaga, buku, dokumen, dan lain sebagainya yang berperan untuk memperkuat pesan yang disampaikan.

¹⁷ Prof. Dr. Alo Liliweri

¹⁸ Carl I.Hovland

¹⁹ Aristoteles

²⁰ Al-Qur'an, Surat An-Nisa' ayat 9, <https://quran.nu.or.id/an-nisa/9>

²¹ Geofakta Razali dkk, *Ilmu Komunikasi Dan Informasi & Transaksi Elektronik* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), 13

2) Pengirim pesan (Komunikator)

Komunikator adalah manusia berakal budi yang berinisiatif menyampaikan pesan untuk mewujudkan motif komunikasinya. Komunikator harus memiliki ketrampilan untuk memilih sasaran dan menentukan tanggapan yang akan dicapai. Komunikator juga bervariasi mulai dari satu atau lebih dari satu orang, dan massa

3) Pesan

Pesan komunikasi dapat mempunyai banyak bentuk. Pesan bisa diartikan sebagai materi atau isi yang akan disampaikan kepada komunikan. Seseorang mengirimkan dan menerima pesan melalui salah satu atau kombinasi tertentu dari panca indranya. Pesan memiliki dua sifat yakni *verbal communication* dan *non verbal communication*. Komunikasi verbal bisa melalui dua cara yakni secara lisan dan tulisan. Sedangkan komunikasi non verbal dicapai melalui gestur atau simbol-simbol tertentu. Selain itu, pesan juga memiliki beberapa jenis yakni:

a) Pesan *informative*. Pesan informatif bersifat memberikan keterangan-keterangan atau fakta-fakta yang menuntun komunikan untuk mengambil keputusan

b) Pesan *persuasive*. Pesan persuasif adalah pesan yang berisikan bujukan yang bertujuan untuk memberikan perubahan sikap komunikan. Perubahan yang terjadi merupakan perubahan yang tidak dipaksakan, melainkan berasal dari kehendak diri sendiri.

c) Pesan koersif - Pesan koersif adalah kebalikan dari pesan persuasif. Pesan koersif bersifat memaksa dengan mengandalkan sanksi-sanksi untuk menekan komunikan.

4) Media

Dalam ilmu komunikasi, media bisa diartikan sebagai saluran, sarana penghubung, dan alat-alat komunikasi. Kalimat media sebenarnya berasal dari bahasa latin yang secara harfiah mempunyai arti perantara atau pengantar. Dalam media komunikasi terdapat dua kategori, yakni media komunikasi personal dan massa. Media komunikasi personal digunakan oleh dua orang atau lebih untuk saling berhubungan. Sifat dari media komunikasi ini pribadi, sehingga dampaknya tidak bisa dirasakan oleh orang banyak. Sedangkan media komunikasi massa digunakan untuk mengkomunikasikan pesan dari satu atau beberapa orang kepada khalayak ramai. Karena sifatnya yang masif, maka media komunikasi massa dapat memiliki dampak yang besar bagi banyak orang.

5) Penerima

Penerima atau komunikan adalah sasaran penyampaian pesan oleh komunikator. Komunikan bisa berupa orang, kelompok, lembaga, maupun negara. Komunikan adalah unsur terpenting dalam proses komunikasi.

6) Pengaruh atau efek

Efek merupakan unsur-unsur komunikasi yang memiliki definisi hasil akhir dari suatu komunikasi. Efek komunikasi dapat beraneka macam dan dapat dilihat dalam tiga kategori: *Personal opinion*, adalah sikap dan pendapat seseorang pada suatu masalah tertentu. *Publik opinion*, merupakan penilaian sosial mengenai suatu hal berdasarkan proses pertukaran pikiran. *Majority opinion*, dapat dipahami sebagai pendapat yang disetujui oleh sebagian besar publik atau masyarakat.

c. Jenis – jenis komunikasi

Komunikasi dapat dilakukan secara verbal maupun non-verbal dengan melalui media atau cara tertentu, berikut klasifikasi jenis-jenis komunikasi berdasarkan fungsinya.

1) Komunikasi Berdasarkan Penyampaian

Berdasarkan penyampaiannya, komunikasi terdiri dari komunikasi verbal (lisan) dan komunikasi non-verbal (tertulis). Komunikasi verbal (kata-kata) adalah lambang-lambang yang bersifat abstrak.²² Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, yang diimplementasikan dalam bentuk lisan maupun tulisan.²³ Komunikasi ini paling familiar dan berdampak besar dalam hubungan antar manusia. Sedangkan komunikasi non-verbal adalah ekspresi seseorang yang mendukung aktivitas komunikasi.

Menurut Blake dan Haroldsen menyatakan bahwa komunikasi non-verbal merupakan penyampaian dari informasi/pesan meliputi tidak adanya simbol-simbol atau perwujudan suara. Yang termasuk ke dalam bentuk komunikasi non-verbal ialah kontak mata, ekspresi wajah, gerak tubuh, kedekatan jarak, suara yang bukan kata atau pribahasa, sentuhan, dan cara berpakaian.²⁴

²² Luhur Wicaksono, “Bahasa dalam Komunikasi Pembelajaran”, Jurnal Pembelajaran Prospektif, vol. 1 Nomor 2 (2016), 16

²³ Tri Indah Kusumawati, “Komunikasi Verbal dan Nonverbal”, Jurnal al-Irsyad, vol. 6 No. 2 (2012), 142

²⁴ Abdorrahman Gintings, Belajar dan Pembelajaran (Bandung: Humaniora, 2008), 126

2) Komunikasi Berdasarkan Prilaku

a) Komunikasi Formal

Komunikasi yang dilakukan antar organisasi atau perusahaan yang sudah tertata dan diatur cara dan tekniknya dalam struktur organisasi tersebut. Contohnya seminar

b) Komunikasi Informal

Yaitu komunikasi yang terjadi pada sebuah organisasi atau perusahaan yang tidak ditentukan dalam struktur organisasi serta tidak mendapat kesaksian resmi yang mungkin tidak berpengaruh kepada kepentingan organisasi atau perusahaan. Contohnya kabar burung, desasdesus, dan sebagainya.

c) Komunikasi Non-Formal

Yaitu komunikasi yang terjadi antara komunikasi yang bersifat formal dan informal, yaitu komunikasi yang berhubungan dengan pelaksanaan tugas pekerjaan organisasi atau perusahaan dengan kegiatan yang bersifat pribadi anggota organisasi atau perusahaan tersebut. Contohnya rapat mengenai ulang tahun perusahaan.

3) Komunikasi Berdasarkan Keberlangungannya

a) Komunikasi Langsung

Yaitu proses komunikasi dilakukan secara langsung tanpa bantuan perantara orang ketiga ataupun media komunikasi yang ada dan tidak dibatasi oleh adanya jarak.

b) Komunikasi Tidak Langsung

Yaitu proses komunikasinya dilaksanakan dengan bantuan pihak ketiga atau bantuan alat -alat media komunikasi.

d. Metode Komunikasi

Metode komunikasi merupakan cara atau teknik dalam berkomunikasi. Efektifitas penyampaian pesan atau informasi dalam proses komunikasi dipengaruhi oleh tepat atau tidaknya metode yang digunakan. Maka metode komunikasi berperan penting untuk mencapai maksud dan tujuan antara komunikator dan komunikan.

Metode atau tehnik dalam berkomunikasi dapat digolongkan antara lain.²⁵

²⁵ Lihapsari Prihatini dkk., Teknik Komunikasi Tepat Guna Dalam Mengatasi Segala Bentuk Perubaban, (Bandung: PPs UNPAD, 1997), 3

1) Komunikasi Informatif

Komunikasi Informatif mengacu pada penggunaan berbagai informasi verbal, nonverbal, dan paralinguistik untuk memungkinkan masyarakat fokus pada perubahan dan kebutuhan akan perubahan

Warga negara mempunyai kesempatan untuk berpartisipasi aktif dalam perubahan dan mempersiapkan sarana perubahan

Tanpa informasi, sangat sulit mengakses sesuatu yang berguna untuk perubahan sosial dengan cepat dan akurat.

2) Komunikasi Persuasif

Metode komunikasi persuasif merupakan metode penyampaian pesan kepada pihak lain dengan mempertimbangkan aspek psikologis. Cara ini menitik beratkan pada kesadaran individu dan menghindari paksaan. Penyampaian pesan tersebut tergantung pada kesesuaian pesan dengan situasi dan konteks tertentu sehingga penting untuk dipahami bahwa komunikasi persuasif yang dilakukan berdasarkan pengalaman yang ada akan mencapai hasil yang diinginkan dan dapat memberikan pertanyaan dan jawaban terhadap masalah perubahan sosial

Dengan demikian, masyarakat memperoleh gambaran yang utuh atau menyeluruh tentang pentingnya perubahan sosial dalam kehidupan manusia

3) Komunikasi Pervasif

Teknik komunikasi pervasif adalah cara penyampaian pesan secara berulang-ulang kepada orang lain sehingga pesan tersebut lambat laun sampai ke pikiran bawah sadar dan pada akhirnya membentuk sikap dan kepribadian orang tersebut.

Melalui metode ini masyarakat memahami perubahan sosial, dan bila dikomunikasikan secara berulang-ulang maka dimaknai sebagai pemahaman yang akurat

4) Komunikasi Koersif

Teknik komunikasi koersif adalah teknik komunikasi yang merupakan kebalikan dari teknik komunikasi persuasif, yakni menyampaikan pesan komunikasi kepada orang lain dengan cara memaksa orang berperilaku sehingga menimbulkan rasa takut dan patuh

Dengan cara ini, masyarakat dipaksa untuk bersiap menerima perubahan yang dapat memberikan dampak positif dan negatif.

Pada saat yang sama, masyarakat dipaksa untuk memahami dan membekali diri dengan ilmu pengetahuan agar perubahan sosial tetap membawa perubahan positif dalam kehidupan manusia.

5) Komunikasi Instruktif

Teknik komunikasi instruktif atau direktif adalah penyampaian pesan-pesan komunikasi yang dikemas sedemikian rupa sehingga pesan tersebut dipahami sebagai petunjuk yang harus dilaksanakan. Teknik ini pertama-tama harus dilakukan oleh penonton dan dikondisikan agar mereka mempunyai semua yang mereka butuhkan.

Komunikasi seperti ini dilakukan karena perlu dilakukan secepatnya dan jika tidak segera dilakukan akan berdampak buruk. Ketika masyarakat ingin mengalami kemajuan maka mereka dengan sigap mengikuti dan mengikuti perubahan perkembangan sosial

6) Teknik Hubungan Manusiawi (*Human Relations*)

Teknik komunikasi hubungan manusiawi atau interpersonal adalah pengemasan informasi yang disampaikan secara tatap muka berdasarkan aspek psikologis dan mengubah sikap, perilaku, dan kehidupan sedemikian rupa sehingga tercipta kepuasan di antara berbagai pihak.

Jika menyangkut perubahan sosial, pendekatan ini berfokus terutama pada angka-angka untuk menghasilkan pemahaman yang mendukung perubahan serta diharapkan karakter-karakter tersebut mampu berinteraksi dengan orang lain dan pengikutnya dengan cara yang unik.

Keberadaan metode komunikasi di atas memberikan panduan bagi para pembuat kebijakan untuk mencapai hasil yang diinginkan dalam perubahan sosial. Selain itu, perlu diketahui bahwa salah satu faktor kegagalan dalam mengkomunikasikan pesan dalam menghadapi perubahan sosial adalah tidak melibatkan teknologi komunikasi yang ada padahal metode komunikasi yang ada tidak hanya bertujuan untuk mengumpulkan kekayaan pengetahuan abstrak dalam ilmu komunikasi, melainkan justru mempermudah penyelesaian permasalahan sosial.

3. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunaanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual yang saling terhubung satu sama lain.²⁶ Media sosial

²⁶ Nurul Fatmawati. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/14366/pengaruh-positif-dan-negatif-media-sosial-terhadap-masyarakat.html>, diakses pada tanggal 30 November 2024, Pukul 11:26

adalah lingkungan digital di mana realitas sosial diciptakan dan berinteraksi dengan pengguna melintasi ruang dan waktu. Nilai-nilai yang ada dalam masyarakat muncul dalam bentuk yang sama atau berbeda di Internet. Bahkan, beberapa ahli riset Internet percaya bahwa media sosial online mencerminkan apa yang terjadi di dunia nyata.²⁷

Selain definisi tersebut, beberapa pakar juga mengemukakan definisi media sosial sebagai berikut.²⁸

- 1) Media sosial merupakan suatu label yang merujuk pada teknologi digital yang berpotensi membuat semua orang untuk saling terhubung dan melakukan interaksi, produksi dan berbagi pesan.²⁹
- 2) Media sosial adalah suatu perangkat alat komunikasi yang memuat berbagai kemungkinan untuk terciptanya bentuk interaksi gaya baru.³⁰
- 3) Media sosial memiliki definisi sebagai suatu tempat kumpulan gambar, video, tulisan, hingga hubungan interaksi dalam jaringan baik itu antar individu maupun antar kelompok seperti organisasi.³¹

Jadi, media sosial adalah *platform* digital yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan berinteraksi dengan konten secara online melalui berbagai aplikasi dan situs web yang dirancang khusus untuk membangun jaringan sosial, berbagi komunikasi dan informasi melalui berbagai cara seperti, teks, gambar, video, atau audio.

b. Instagram

Secara arti, nama Instagram terbentuk dari dua suku kata yakni “*instant camera*” yang berarti kamera instan dan “*telegram*” yang artinya pesan singkat. Awalnya terkonsep sebagai aplikasi berbagi foto dengan cepat dan mudah yang mirip dengan kamera instan. Instagram diciptakan pada Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang terus dikembangkan mengikuti kebutuhan para penggunanya hingga saat ini. Instagram adalah

²⁷ Kartini, dkk. *Teori dalam Penelitian Media*. Jurnal Edukasi Nonformal. Vol.3 No.2 (2020) 137

²⁸ Wira Yudha A., dkk. *SOSIAL MEDIA DAN STRATEGI PEMASARAN*. (Jawa Barat : Mega Press Nusantara, 2023)

²⁹ B.K. Lewis (2010)

³⁰ Chris Brogan (2010)

³¹ Dave Kerpen (2011)

platform media sosial yang sangat populer yang berfokus pada berbagi dokumentasi.³²

Media sosial khususnya Instagram mempunyai berbagai keuntungan dalam kegiatan promosi, seperti untuk dapat menyampaikan sebuah informasi kepada konsumen tidak membutuhkan biaya dan tenaga, bahkan waktu yang digunakan untuk menyampaikan informasi ke banyak orang sangatlah singkat.³³

Adapun fungsi lain dari Instagram sebagai berikut.³⁴

1) Interaksi Sosial

Instagram memudahkan pengguna untuk saling berinteraksi dengan teman, keluarga, dan bahkan orang baru dari seluruh dunia. Interaksi tersebut meliputi berbagi foto atau video, menyampaikan pesan melalui *stories*, memberi *like*, komentar, dan *direct message*.

2) Promosi dan Bisnis

Selain berinteraksi, Instagram juga memberikan manfaat bagi pelaku bisnis dan pemasaran. Dengan memanfaatkan fitur-fitur kreatif yang ada di dalamnya, memungkinkan brand dan pengiklan mencapai audiens yang lebih luas dan meningkatkan *brand awareness, engagement*, serta mengarahkan pengguna ke situs web atau toko online.

3) Sumber Inspirasi

Selain berinteraksi dan berbisnis, Instagram juga berfungsi sebagai sumber inspirasi bagi banyak orang. Konten-konten yang menarik dan kreatif, memungkinkan penggunanya untuk belajar, menemukan ide, dan memperluas jaringan sosial dengan berkolaborasi.

4. Kesadaran Lingkungan

a. Pengertian Kesadaran Lingkungan

Terdapat dua kata yang berbeda antara kesadaran dan lingkungan. Kesadaran (*consciousness*) berasal dari bahasa Latin “*conscio*” yang dibentuk dari kata “*cum*” yang berarti “*with*” (dengan) dan “*scio*” yang berarti “*know*” (tahu). Kata menyadari sesuatu (*to be conscious of something*) dalam bahasa Latin

³² Wira Yudha A., dkk. *Sosial Media dan Strategi Pemasaran*. (Jawa Barat : Mega Press Nusantara, 2023) 17

³³ Dinda Sekar P., Reni Nuraeni. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)*. *Jurnal Common*. Vol. 3, No. 1 (2019) 76

³⁴ Dafa Raditya Denishtsany. <https://toffeedev.com/blog/seo/fungsi-instagram/>. Diakses pada tanggal 30 November 2024, Pukul 13:16

pengertian aslinya adalah membagi pengetahuan tentang sesuatu itu dengan orang lain atau diri sendiri.³⁵ Sedangkan lingkungan adalah Segala sesuatu yang sangat dekat dengan segala aspek kehidupan manusia berlandaskan proses interaksi alam dengan masyarakat sekitarnya dan saling berhubungan erat antara alam dengan penyusunnya.³⁶

Jadi, kesadaran lingkungan merupakan suatu keadaan dimana manusia tergugah jiwanya terhadap sesuatu dan menciptakan suatu tindakan oleh masing-masing individu.

Adapun kesadaran lingkungan menurut para ahli sebagai berikut.³⁷

- 1) Kesadaran lingkungan adalah usaha melibatkan setiap warga negara dalam menumbuhkan dan membina kesadaran untuk melestarikan lingkungan berdasarkan tata nilai, yaitu tata nilai dari pada lingkungan itu sendiri dengan filsafat hidup secara damai dengan alam lingkungannya.³⁸
- 2) Kesadaran Lingkungan memiliki konotasi yang luas. Tidak hanya menyiratkan pengetahuan tentang lingkungan tetapi juga sikap, nilai, dan keterampilan yang diperlukan untuk memecahkan masalah yang terkait dengan lingkungan, dan juga dikatakan sebagai langkah penting yang pada akhirnya mengarah pada kemampuan untuk melakukan perilaku kewarganegaraan yang bertanggung jawab.³⁹
- 3) Kesadaran lingkungan adalah upaya untuk menumbuhkan kesadaran agar tidak hanya tahu tentang sampah, pencemaran, penghijauan, dan perlindungan satwa langka, tetapi lebih dari pada itu semua, membangkitkan kesadaran lingkungan manusia Indonesia khususnya pemuda masa kini agar mencintaim tanah air.⁴⁰

Kesimpulan yang dapat diambil dari teori kesadaran lingkungan tersebut adalah. *Pertama* kesadaran adalah pengetahuan, dan kesadaran didefinisikan sebagai pengetahuan. Meskipun banyak orang yang mengetahui pentingnya lingkungan hidup, namun belum tentu mereka menyadarinya, karena perilaku

³⁵ Zeman, A. *Consciousness*. Brain, Vol.124, No. 7 (2001) 1265

³⁶ Dyah Widodo, dkk. *Ekologi dan Ilmu Lingkungan*. (Malang : Yayasan Kita Menulis, 2021) 91

³⁷ Indri Murniawaty, dkk. *An Assessment of Environmental Awareness: The Role of Ethic Education*. Jurnal SAINS SOSIAL dan HUMANIORA. Vol. 2, No. 2, (2018) 226

³⁸ M.T Zen (1985)

³⁹ Ajzen, dalam Cruz, (2017)

⁴⁰ Emil Salim (1982)

manusia tidak mendukung terciptanya kelestarian lingkungan hidup, sehingga pengetahuan tentang hal-hal yang nyata dan konkrit, pengetahuan yang menginspirasi jiwa seseorang bisa menyadarkan seseorang. *Kedua*, kesadaran adalah suatu sikap atau perilaku. Setiap tindakan yang ditampilkan menjadi inti kehidupannya. Indikatornya meliputi pengaruh keluarga, kesadaran terhadap kondisi lingkungan setempat, dan tingkat kesadaran terhadap permasalahan lingkungan.

b. Macam-macam Lingkungan⁴¹

- 1) Lingkungan Fisik (anorganik) yaitu lingkungan yang terdiri dari gaya kosmik dan fisiogeografis seperti tanah, udara, laut, radiasi, gaya tarik, ombak, dan sebagainya.
- 2) Lingkungan Biologi (organik), segala sesuatu yang bersifat biotis berupa mikroorganisme, parasit, hewan, tumbuhan, termasuk juga di sini lingkungan prenatal, dan proses-proses biologi seperti reproduksi, pertumbuhan, dan sebagainya.
- 3) Lingkungan Sosial, dibagi dalam tiga bagian, yaitu:
 - a) Lingkungan fisiososial yaitu meliputi kebudayaan materiil (alat), seperti peralatan senjata, mesin, gedung, dan lain-lain.
 - b) Lingkungan biososial, yaitu manusia dan interaksinya terhadap sesamanya dan tumbuhan beserta hewan domestik dan semua bahan yang digunakan manusia yang berasal dari sumber organik.
 - c) Lingkungan psikososial, yaitu yang berhubungan dengan tabiat batin manusia seperti sikap, pandangan, keinginan, dan keyakinan. Hal ini terlihat melalui kebiasaan, agama, ideologi, bahasa, dan lain-lain.
- 4) Lingkungan Komposit, yaitu lingkungan yang diatur secara institusional, berupa lembaga-lembaga masyarakat, baik yang terdapat di daerah kota atau desa.

c. Faktor Yang Mempengaruhi Kesadaran Lingkungan⁴²

1) Faktor Ketidaktahuan

Ketidaktahuan disamakan dengan ketidaksadaran. Ketidaktahuan kepada lingkungan menyebabkan ketidaksadaran pada lingkungan hidup. Hal ini dapat memberikan penjelasan pula bahwa ketidaktahuan pada lingkungan hidup menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kesadaran akan lingkungan.

⁴¹ R. Sihadi Darmo Wihardjo, Henita Rahmayanti, *Pendidikan Lingkungan Hidup* (Jawa Tengah : PT. Nasya Expanding Management, 2021), 18.

⁴² Tamaulina Br. Sembiring, *Pengelolaan Lingkungan Hidup (Konsep Dan Teori)*. (Jawa Barat : Penerbit Adab, 2022) 95-97

2) Faktor Kemiskinan

Kemiskinan merupakan salah satu masalah yang paling berpengaruh terhadap timbulnya masalah sosial. Dalam keadaan miskin sulit sekali berberbicara tentang kesadaran lingkungan. Yang dipikirkan oleh orang miskin adalah bagaimana caranya mengatasi kesulitan hidupnya. Pemikiran tentang pemeliharaan lingkungan, pengelolaan limbah, drainase yang bersih, sungai yang bersih dari sampah, reboisasi, penghijauan dan lain sebagainya tidak akan terpikirkan. Jadi benarlah jika kemiskinan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kesadaran lingkungan.

3) Faktor Kemanusiaan

Manusia sebagai makhluk hidup senantiasa berinteraksi dengan lingkungannya, sehingga dalam menunjang kehidupannya ia juga memanfaatkan sumber daya alam lingkungannya untuk memberi makan keturunannya dan sebaliknya, manusia dipengaruhi oleh lingkungan hidup. Manusia dan lingkungannya membentuk suatu ekosistem. Dalam kesatuan ekologi, manusia merupakan bagian dari unsur-unsur lain yang tidak dapat dipisahkan. Oleh karena itu, seperti makhluk hidup lainnya, kelangsungan hidup manusia bergantung pada kelestarian ekosistem. Faktor manusia sangat dominan dalam menjamin kelestarian ekosistem. Manusia harus mampu menjaga keseimbangan dan keselarasan dalam interaksinya dengan lingkungan agar tidak mengganggu keseimbangan ekologi. Mengingat manusia adalah faktor utama yang mempengaruhi kesadaran lingkungan, maka kita harus segera mengambil langkah-langkah reformasi, dimulai dengan perilaku manusia yang sadar lingkungan atau sadar lingkungan.

4) Faktor Gaya Hidup

Tidak dapat dipungkiri bahwa pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi tentunya memberikan dampak terhadap gaya hidup masyarakat. Perubahan hidup tersebut merupakan hal yang wajar asalkan bersifat positif dan diterima oleh lingkungan orang tersebut. Namun kita sebagai manusia harus selalu menyikapi perubahan tersebut dengan bijak dan hati-hati. Munculnya gaya hidup global dimulai dengan makanan, minuman, liburan, budaya etnis, musik, film, pakaian, fashion, pendidikan, barang mewah, fasilitas mewah, perdagangan, perjalanan, dan berita melalui media masa dan lainnya. Secara umum, orang berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai tujuan mereka.

5. Islam dan Lingkungan Hidup

a. Hakikat Manusia

Manusia adalah ciptaan Allah Swt yang sangat menarik dan misterius, dikatakan menarik karena manusia sebagai subjek dan objek kajian yang tiada hentinya oleh para ilmuwan dari dahulu, sekarang dan seterusnya.⁴³

Dalam Al-Qur'an Surat At-Tin ayat 4 juga dijelaskan bahwa Allah Swt menciptakan manusia lebih sempurna dari makhluk-makhluk lainnya.

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ ۚ

Artinya: “sesungguhnya Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya.”⁴⁴

Dalam pandangan Islam, manusia memiliki hakikat yang kompleks dan mendalam yang mencakup aspek jasmani, ruhani, serta tanggung jawab moral dan spiritual. Hakikat manusia dalam Islam didasarkan pada ajaran Al-Qur'an dan Hadis, serta pemahaman ulama yang menafsirkan ajaran-ajaran ini. Berikut adalah beberapa aspek penting dari hakikat manusia menurut Islam.

1) Manusia Adalah Makhluk dan Hamba Allah Swt

Manusia adalah ciptaan Allah Swt yang paling mulia di antara makhluk-makhluk lainnya. Al-Qur'an menyatakan bahwa manusia diciptakan dari tanah, tetapi diberi kehormatan lebih tinggi daripada makhluk lain karena diberikan akal, pengetahuan, dan kebebasan memilih.

2) Manusia Adalah Khalifah (Pemimpin)

Manusia diberikan tanggung jawab besar sebagai khalifah, atau pemimpin di muka bumi. Tugas manusia adalah memakmurkan bumi dengan melakukan amal shaleh, menjaga keseimbangan, dan melaksanakan kehendak Allah melalui aturan-aturan-Nya. Sebagai khalifah, manusia juga bertanggung jawab untuk menjaga alam dan menjalankan keadilan.

3) Manusia Adalah Makhluk Berakal dan Sosial

Islam memandang manusia sebagai makhluk yang dianugerahi akal atau intelek, yang membuat manusia mampu membedakan antara yang benar dan salah, baik dan buruk. Akal memungkinkan manusia untuk memahami ajaran agama,

⁴³ Muhammad Rahmatullah, Islam dan Lingkungan Hidup, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2017) 116

⁴⁴ Al-Qur'an, Surat At-Tin ayat 4, <https://quran.nu.or.id/at-tin/4>

menimbang konsekuensi dari tindakan mereka, dan membuat pilihan yang bertanggung jawab. Manusia juga makhluk sosial yang membutuhkan interaksi dengan orang lain. Islam menekankan pentingnya hidup dalam masyarakat, bekerja sama, saling membantu, dan menjaga hubungan baik dengan sesama manusia. Tanggung jawab sosial sangat ditekankan dalam Islam melalui ajaran zakat, sedekah, dan kewajiban untuk berlaku adil.

4) Manusia Adalah Makhluk Yang Diuji

Hidup manusia adalah ujian untuk menguji iman, ketakwaan, dan amal shaleh. Setiap manusia diberi kebebasan untuk memilih jalan kebaikan atau keburukan, dan hasil pilihan mereka akan menentukan nasib di akhirat. Ujian tersebut bisa berupa cobaan dalam bentuk kesenangan maupun kesulitan.

Jadi hakikat manusia adalah untuk mengabdikan kepada Allah, menjaga keadilan, serta memakmurkan bumi. Hidup manusia adalah ujian untuk menentukan kualitas keimanan dan ketakwaannya. Meskipun Allah Swt memberikan kedudukan tertinggi pada manusia, jika tidak bisa dimanfaatkan dengan baik, maka kedudukan tersebut akan musnah dan bahkan akan lebih rendah dari binatang.

b. Kewajiban Manusia Menjaga Lingkungan Hidup

Menjaga lingkungan hidup merupakan bagian integral dari tanggung jawab manusia sebagai khalifah (pemimpin) di bumi. Allah Swt menciptakan alam semesta dengan keseimbangan dan keindahan yang harus dijaga oleh manusia.

Allah Swt berfirman dalam Al-Qur'an Surat Ar-Rum ayat 41 yang berbunyi:

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي
عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ ﴿٤١﴾

Artinya: “Telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar).⁴⁵

⁴⁵ Al-Qur'an, Surat Ar-Rum ayat 41, <https://quran.nu.or.id/ar-rum/41>

Ada beberapa kewajiban manusia dalam menjaga lingkungan hidup yang dijelaskan dalam Al-Qur'an dan Hadits yakni:

- 1) Tidak Membuat Kerusakan di Bumi
Islam melarang perbuatan yang menyebabkan kerusakan di muka bumi, termasuk kerusakan lingkungan. Segala bentuk tindakan yang merusak alam, seperti pencemaran, pembalakan liar, dan eksploitasi berlebihan, dilarang karena bertentangan dengan prinsip menjaga keseimbangan alam.
- 2) Melestarikan Sumber Daya Alam
Islam menekankan pentingnya melestarikan sumber daya alam dan tidak mengeksploitasi bumi secara berlebihan. Manusia harus menjaga ekosistem alam seperti air, tanah, udara, tumbuhan, dan hewan agar tetap lestari dan bermanfaat bagi generasi berikutnya.
- 3) Menghindari Pemborosan
Islam sangat menentang perilaku pemborosan, baik dalam hal makanan, air, energi, atau sumber daya lainnya. Pemborosan dianggap sebagai perbuatan yang tidak sesuai dengan prinsip keadilan dan keseimbangan yang ditetapkan Allah Swt.
- 4) Mencintai Makhluk Hidup
Islam juga mengajarkan untuk memperlakukan hewan dan tumbuhan dengan baik, sebagai bagian dari ciptaan Allah Swt. Manusia diperbolehkan menggunakan hewan dan tumbuhan untuk keperluan hidupnya, namun harus dilakukan dengan bijaksana dan penuh belas kasih.
- 5) Menjaga Ekosistem
Allah menciptakan alam semesta dengan keseimbangan (mizan), yang harus dijaga oleh manusia. Kerusakan yang disebabkan oleh perbuatan manusia mengganggu keseimbangan alam dan berdampak pada makhluk hidup lainnya.
- 6) Memegang Prinsip Kebersihan
Islam sangat menekankan pentingnya kebersihan, yang mencakup kebersihan individu dan kebersihan lingkungan. Menjaga kebersihan lingkungan adalah bagian dari ibadah dan tanda keimanan seperti yang dijelaskan oleh Nabi Muhammad Saw yakni:

“Kebersihan adalah sebagian dari iman.” (HR. Muslim)

Oleh karena itu, menjaga kebersihan lingkungan, seperti mengelola sampah dengan baik, menjaga kebersihan air dan tanah, merupakan bagian dari tanggung jawab manusia.

B. Penelitian Terdahulu

Selain rumusan masalah, aspek penting dalam suatu penelitian juga melibatkan kajian-kajian terdahulu. Penelitian terdahulu berperan untuk merelevansi serta menyesuaikan alur yang sedang diteliti sehingga akan ada perbedaan juga sebagai referensi untuk penelitian ini maupun nanti.

Maka, berikut ini adalah beberapa penelitian relevan yang terkait dengan judul, di antaranya Harahap (2015), Yasmin (2021), Nafsyah dkk. (2022), Fadli (2023), serta Nainggolan dkk. (2023). Berikut penjelasannya.

Pertama, penelitian oleh Rabiah Z. Harahap (2015) yang berjudul “Etika Islam Dalam Mengelola Lingkungan Hidup”. Ini adalah jurnal edukasi dimana penulis menerangkan akan pentingnya menjaga lingkungan hidup sesuai dengan etika yang diajarkan dalam Agama Islam dan berpedoman pada Al-Qur’an. Isi pembahasan didalamnya mencakup akhlak, etika, dan moral manusia selama hidup berdampingan dengan alam dengan menjaga lingkungan hidup sesuai dengan ajaran agama Islam melalui beberapa prinsip yakni sikap hormat terhadap alam (*Respect For Nature*), tanggung jawab, solidaritas kosmis, serta prinsip kasih sayang dan kepedulian terhadap alam. Kesalehan terhadap alam dalam bentuk etika tersebut dalam Islam dianggap sebagai manifestasi rasa keberimanan manusia kepada Allah Swt.

Kedua, penelitian oleh Nida Yasmin dan Ira Dwi Mayangsari (2021) yang berjudul “Analisis Terhadap Penanganan Krisis Iklim Pada Akun Instagram @greenpeaceid (Studi Analisis Wacana Postingan Greenpeace Indonesia)”. Penelitian tersebut membahas bagaimana makna yang tersimpan dalam kabar iklim mengenai krisis iklim serta penanganan pemerintah dan opini yang dibuat oleh @greenpeaceid pada akun sosial media Instagram. Melalui paradigma konstruktivis pendekatan kualitatif dan metode analisis model Miles dan Huberman dengan teori Teun Van Dijk, penelitian tersebut menghasilkan bahwa @greenpeaceid memberikan informasi mengenai fakta yang terjadi atas perubahan iklim yang terjadi serta penanganan krisis iklim yang dilakukan pemerintah namun ada hal kontradiksi yang disampaikan dan masih kurang dari cukup untuk mengatasi krisis iklim ini. Dengan kesadaran masyarakat maka bisa membantu untuk aksi yang dilakukan oleh @greenpeaceid untuk menekan pemerintah agar penanganan ini jadi lebih baik lagi., penyebab dan juga tindakan yang dilakukan oleh pemerintah namun, jauh dari cukup untuk dikatakan baik dalam penanganan krisis iklim ini. Peneliti menyisipkan penelitian tersebut karena terdapat kesamaan pada objek, dan pendekatan penelitian.

Ketiga, penelitian oleh Afifah Subbah Nafsyah dkk. (2022) yang berjudul “Analisis Konten Media Sosial Instagram By.U Sebagai Media Penyebaran Informasi & Komunikasi”. Tujuan penelitian tersebut untuk memaparkan karakteristik konten yang disajikan (dari tingkat kejelasan pesan) dan keterlibatan audiens pada instagram @byu.id untuk strategi menyampaikan informasi pada audiens. Melalui paradigma kritis dikolaborasikan dengan metode analisis isi pendekatan kualitatif model Miles dan Huberman, penelitian tersebut menghasilkan sebuah makna dari empat pilar yakni konten hiburan, konten kolaborasi, konten informasi dan konten edukasi. Dari empat pilar tersebut yang paling banyak diunggah dalam instagram @byu.id yaitu terdapat pada konten kolaborasi. Dalam menyajikan berbagai jenis konten dalam media sosial instagramnya, by.U memanfaatkan penggunaan hashtag #SemuanyaSemaunya untuk memperluas penyebaran informasi kepada audiens. Peneliti menyisipkan penelitian tersebut karena terdapat kesamaan pada metode, model, dan pendekatan penelitian. Sedangkan perbedaan terletak pada objek yang dikaji.

Keempat, penelitian oleh Ajril Fadli dan Hasan Sazali (2023) yang berjudul “Peran Media Sosial Instagram @greenpeaceid Sebagai Media Kampanye Dalam Menjaga Lingkungan”. Tujuan penelitian tersebut untuk menganalisis peran instagram sebagai media kampanye dengan mengkaji konten akun @greenpeaceid dan respon yang terjadi didalamnya. Melalui metode kualitatif deskriptif serta penelitian yang mengkaji informasi dari berbagai sumber penelitian terdahulu, menghasilkan bahwa media sosial instagram @greenpeaceid sebagai media kampanye dalam menjaga lingkungan dinilai mempunyai peran yang penting karena mampu memberikan advokasi informasi mengenai lingkungan dan ada dampak positif yang hadir yakni dapat dilihat dari banyaknya respon positif baik dari jumlah likes maupun komentar yang baik dalam kesadaran menjaga lingkungan. Peneliti menyisipkan penelitian ini karena terdapat kesamaan pada objek yang dikaji. Adapun perbedaan terletak pada metode analisis dan kespesifikan masalah yang dikaji.

Kelima, penelitian oleh Yohana Nainggolan dkk. (2023) yang berjudul “Pesan Polusi Udara Jakarta di Akun Instagram Greenpeace Indonesia”. Tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui pesan kampanye pengurangan polusi udara di Jakarta oleh Greenpeace Indonesia melalui Instagramnya. Melalui metode kualitatif dengan pendekatan analisis isi, penelitian tersebut menghasilkan bahwa Greenpeace Indonesia menyikapi masalah polusi Jakarta dengan tegas. Greenpeace Indonesia juga mengambil tindakan yang cukup berani dengan mengkritik pemerintah pada caption di beberapa unggahan dalam akun Instagram

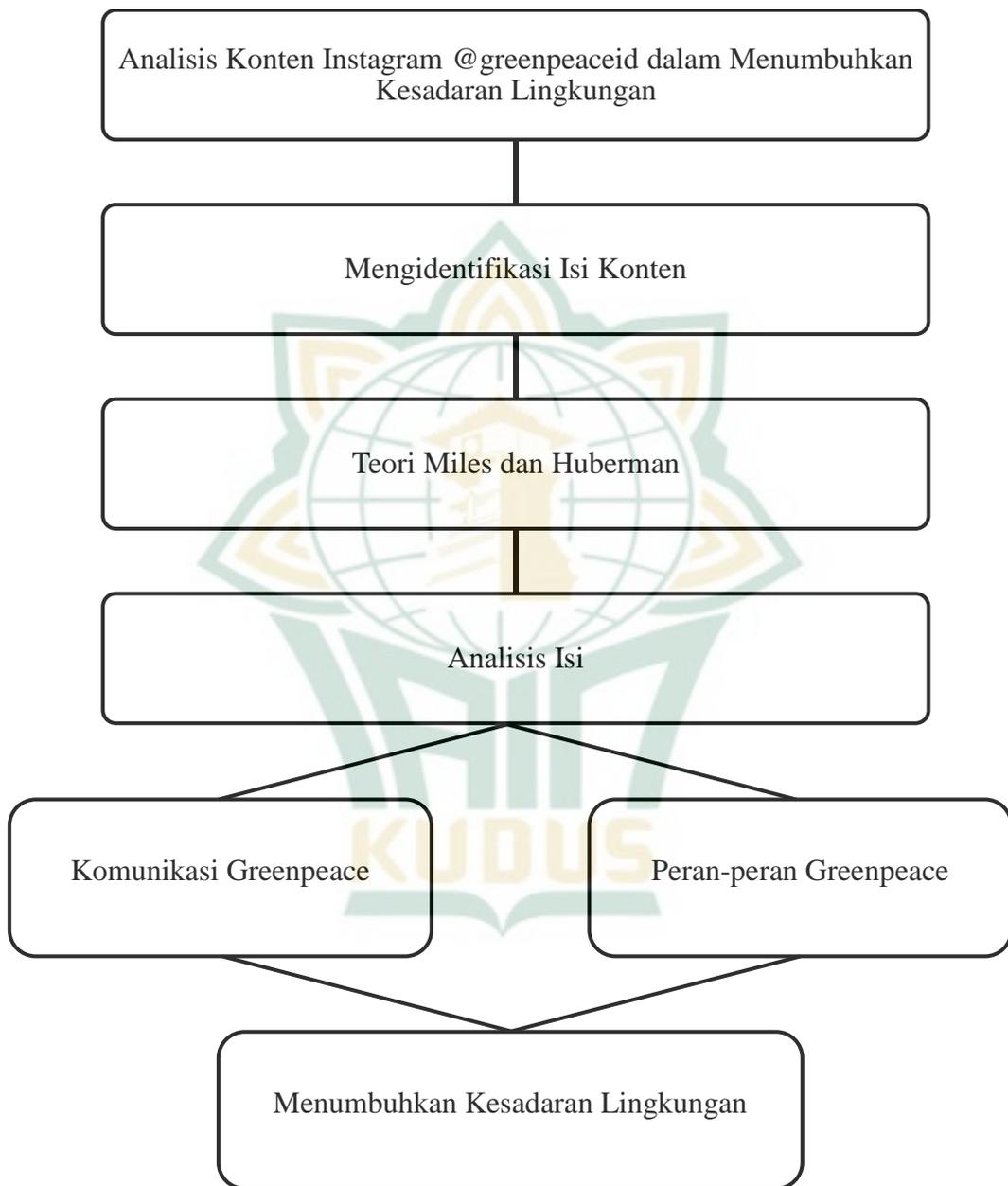
@greenpeaceid. Selain itu, akun @greenpeaceid juga berhasil menginspirasi masyarakat untuk peduli terhadap lingkungan dan menjalankan peran aktif dalam melindungi planet. Mereka menggunakan gambar dan pesan-pesan yang positif untuk mengingatkan kita akan keindahan alam yang harus kita jaga. Penyisipan penelitian tersebut sesuai dengan pola penelitian ini karena terdapat kesamaan pada metode, dan pendekatan analisis serta objek yang dikaji. Adapun perbedaannya terletak pada model analisis dan rumusan masalahnya.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah struktur atau alur pemikiran yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara konsep, teori, dan data dalam sebuah penelitian atau analisis. Kerangka berpikir dalam penelitian ini berfungsi sebagai panduan sistematis untuk memudahkan pembaca dalam memahami konsep. Berikut adalah skema atau bagan dari penelitian ini.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis isi konten yang di unggah oleh Greenpeace Indonesia melalui platform media sosial Instagram dalam kurun waktu tertentu di tahun 2024. Melalui unggahan postingan yang berjenis visual dengan *caption*.

